# Enfoques teóricos sobre la, percepción que tienen las personas

Theoretical approaches on the perception that the persons have

Carmen Aura Arias Castilla*

Resumen:

Este artículo presente le revisión teórica de le investigación "Percepción del Refuerzo Escolar en le Institución Educativa Distritel Geitene Sede B de Sube en.Bogotá "realizada entre los años 2004-2005. Este investigación se realizó con el propósito.de explorar les percepciones que tenía le cicimunided educativa, conformada por padres de familia, profesores y estudiantes de le Institución en relación con el Refuerzo Escolar que les practicantes de le Universidad Iberoamericana realizan en dicha institución.

Abstrect:

This report summerizes the principal concepts ebout "Perception of the School Reinforcement in the Institución Educativa Distritel Geitene Sede B. En Sube Bogotá, mede between yeers 2004-2005. The principal objective of this investigetion wes to identify the opiniém of the comunity, configures far perents, teechers end students ebout the reinforcement realizad in this lnstitution far the precicing of the Iberoamericana University.

Palabras eleves: Percepción. Percepción social.

Key words: Perception. Social Perceptions.

*Educadora Especial déla Unive..Sidad PedagógicaNacioñal Especiali5ta en Literall.Jra Infantil y JLNenil de la Universidad de. **San Buenaventura. Magistra en Educación con énfasis e leq:yra y escritura de Ja Pontificia Universidad Javeriana. Docente** investigadora -directora de la linea de Investigación en Didácticas del lenguaje y Competencias comunicativas de la Universidad **Iberoamericana.**



## Enfoques teoricos sobre la percepción que tienen las personas



Percepción, según Carterette y Friedman (1982), es una parte esencial de la conciencia, es la parte que consta de hechos intratables y, por tanto, constituye la realidad como es experimentada. Esta función de la percepción depende de la actividad de receptores que son afectados por procesos provenientes del mundo físico. La percepción puede entonces definirse como el resultado del procesamiento de información que consta de estimulaciones a receptores en condiciones que en cada caso se deben parcialmente a la propia actividad del sujeto.

La percepción según Barthey (1982) no se usa solo en la psicología, sino que también es una palabra cuyos diversos significados son moneda corriente en el lenguaje común. Dice Barthey que según el diccionario 1. "La percepción es cualquier acto o proceso de conocimiento de objetos, hechos o verdades, ya sea mediante la experiencia sensorial o por el pensamiento; es una conciencia de los objetos, un conocimiento 2. "La referencia que una sensación hace a un objeto externo". 3. "Un conocimiento inmediato o intuitivo, o juicio; un discernimiento análogo a la percepción sensorial con respecto a su inmediatez y al sentimiento de certidumbre que lo acompaña, frecuentemente implica una observación agradable o una discriminación sutil ".(1982)

Al modo de ver de Barthey, en estas definiciones hay varios significados diferentes del término. La percepción, así, es tanto una forma de pensamiento como una conducta inmediata. Esta definición convierte a la percepción en un sinónimo de la conciencia.

La segunda definición hace de la percepción un problema sensorial, teniendo la sensación una naturaleza psíquica y siendo una especie de proceso de copia de la realidad externa. La tercera definición equipara la percepción a un juicio, que se da no solo a partir de los datos sensoriales, sino como una pura intuición.

La percepción comprende fundamentalmente dos procesos (Bruner y cols. 1958 citados por Moya, 1999) primero, la remodificación o selección del enorme caudal de datos que nos llegan del exterior, reduciendo su complejidad y facilitando su almacenamiento y recuperación en la memoria, segundo, un intento de ir más allá de la información obtenida, con el fin de predecir acontecimientos futuros y de ese modo, evitar o reducir la sorpresa.

La percepción social, como la psicología social ha sufrido crisis de relevancia, desde la década entre los años 60 y 70 (Lara y Ocampo, 2002), al igual que aquella ha buscado soluciones a los problemas sociales, las definiciones de su objeto de estudio también han cambiado de acuerdo con esas orientaciones crítica.



La percepción social difiere sensiblemente del estudio de la percepción sensorial, por su objetivo específiéo de estudio. La percepción sensorial, como la sensación, se fundamenta en conceptos, técnicas e información de numerosos campos científicos, en especial de índole biológica y física y constituye un campo de estudio del conocimiento del mundo externo, enfocándolo hacia el estudio de los sentidos, facilita la percepción del mundo externo, problema que debe ser examinado como un problema y busca responder preguntas básicas de la existencia cotidiana de las personas.



Hay diversidad de posiciones frente al fenómeno perceptual, en un acercamiento a los antecedentes históricos de Cartterete y Friedman (1982), se afirma que la estructura perceptual, que se da en la vida cotidiana, constituye un problema porque la percepción es mediada por un proceso nervioso y fisiológico que, la descompone. Los primeros filósofos modernos de tradición asociacionista, Locke (1700), Hume [1740) y Mili (1869), evadieron esencialmente el problema, pero, en los escritos de Spinosa (1956), Mili (1869) y y posteriormente Wund y Hull (1942), un difícil reconocimiento de que la ignorancia del problema no lo hacia desaparecer:



Antes de que la Gestalt reorientara el enfoque del problema surgieron dos soluciones

no exitosas. pero muy populares: la del empirismo en el siglo XIX, y los transaccionalistas en el siglo XX, quienes plantearon el problema perceptual como fundamentalmente un asunto de aprendizaje.



El enfoque gestáltico de la cualidad de Cornelius (1893) y Shumann (1900), citados por Carterette y Friedmann (1982) propuso que la organización es esencialmente otro elemento agregado a los elementos sensoriales que componen la percepción. La psicología de la Gestalt, anterior a Kant. afirmó que las estructuras más que los elementos sensoriales, son primordiales en la percepción.

Estos enfoques. prometieron mucho al ulterior progreso de la comprensión de la estructura perceptual, que es tan importante en la percepción y la adaptación orgánica.

De la aplicación de los desarrollos teóricos de la Gestalt en la psicología social, surgieron los fundamentales estudios de Asch (1946) sobre la formación de las impresiones.

Los estudios de percepción de personas y percepción social han estado muy ligados a los estudios de percepción de objetos. Esencialmente, se parecen en lo siguiente:

a) Las percepciones están estructuradas, las percepciones no constituyen un continuo procesamiento de estímulos caóticos que se van almacenando, sino que cuando se perciben personas y objetos se crea un orden. Una de esas formas de organización es crear categorías, en el mundo de los objetos físicos las categorías son claras Moya. 1999) pag. 49)

En la percepción de personas y sus acciones se posee multitud de categorías para clasificar su conducta, su apariencia, y demás elementos informativos: puede ser categorizadas desde diferentes aspectos. Las personas difieren según las categorías que utilizan para categorizar. hay personas que utilizan un solo sistema categorial, mientras que otras utilizan un sistema más complejo de categorización.

b) Tanto en la percepción de objetos como de personas se tiende a buscar elementos invariantes de los estímulos que se perciben. Siendo el interés predecir la conducta de los demás, no son interesantes aquellos aspectos de su conducta que parecen superficiales e inestables.

c) las percepciones de los objetos y de los demás tienen significado. Los diversos estímulos que se perciben pasan al interior de la mente a través de un tamiz. cuya función primordial consiste en "interpretar" otorgándoles significado.

La percepción social desde la explicación de la conducta, da cuenta del comportamiento de los demás [Anderson 1968) afirma que la mayor evidencia de lo razonable de los juicios sociales proviene de su investigación sobre la integración de la información.

Anderson (1968) y sus colaboradores distinguieron algunas reglas mediante las cuales combinamos diferentes fragmentos de la información sobre una persona para formar una información global. La manera como las personas combinan dicha información sugiere que sopesará cada fragmento de la información de acuerdo con su importancia. Según las investigaciones Asch (1946) Hamilton y Zanna (1972) y Hodges (1974), puede dársele importancia o peso extra a la información que llegue primero y puede ser más sensible a la información negativa. Anderson (1968).



Otra forma de explicar de manera lógica la conducta, es la psicología del sentido común, la teoría se denomina teoría de la atribución de Kelley (1973), quien describió la forma en que usamos la información con respecto a la "consistencia" ."distintividad" y " consenso", de los factores que influyen para que se atribuya la conducta de alguien a causas internas o externas. La consistencia se refiere a la generalidad del comportamiento, distinción que se refiere a si el comportamiento es el mismo o diferente en situaciones similares

y el consenso, se refiere a si los demás se comportan de manera semejante en esta situación.

La teoría de la atribución analiza la forma en que explicamos la conducta de las personas. Las variaciones de la teoría de la atribución comparten algunas suposiciones: que se busca darle sentido al mundo, que se atribuye las acciones de las personas a causas internas y externas, y que se hace de manera bastante lógica y consistente. Heider (1958], fue el fundador de la teoría de la atribución y analizó la psicología del sentido común, mediante la cual las personas explican los acontecimientos cotidianos. [Myers, 2000)

Heider [1958] concluyó que las personas tienden a atribuir la conducta de alguien a causas internas a la disposición de las personas, o a causas externas, o relacionadas con la situación. Estas explican la teoría de atribución, en la cual, las personas explican la conducta de los demás, atribuyéndola por ejemplo a disposiciones internas (rasgos, motivos y actitudes perdurables o a situaciones externas].

Para el proceso de percepción de un evento, se tienen en cuanta la interacción social. En él se permite la adaptación social, mediante la percepción del medio que rodea a las personas, medio físico y social. En este proceso son de carácter básico algunos procesos como la atribución, la cognición social y la inferencia.

La percepción de una persona o de algún fenómeno depende del reconocimiento de emociones, a partir de las reacciones de las personas; también se forman las impresiones, a partir de la unión de diversos elementos informativos que se recolecten en los primeros instantes de interacción. Y también, en tercer lugar, por atribuciones causales, o búsqueda de alguna causa que explique la conducta y los hechos. En cualquier caso, lo que parece evidente es que los sentimientos, pensamientos y conductas respecto a las personas estarán mediatizados por el tipo de causa a la que se atribuya su conducta. Moya (1999].

Existen modelos teóricos, que subyacen a los estudios de la percepción social, Asch (1.952] fue pionero en la investigación acerca de la formación de impresiones en las personas y sus investigaciones estuvieron influidas por la corriente de la psicología de la Gestalt y convencido de "el todo es más que la suma de sus partes", consideró que los diversos elementos de la información que poseemos de una persona se organizan como un todo, generando una impresión dinámica, difícil de predecir a partir de los elementos separados.



Los principio de la formación de impresiones formuladas por Asch, son: a] las personas se esfuerzan por formarse una impresión de otras personas, se tiende a completar la escasa información percibiendo a la persona como una unidad. b] las mismas cualidades podrían producir impresiones diferentes, ya que las cualidades interactúan entre si de forma dinámica y pueden producir una nueva cualidad. c] Las impresiones poseen una estructura, hay cualidades centrales y otras periféricas. d] Cada rasgo posee la propiedad de una parte dentro de un todo. La introducción u omisión de un único rasgo alteraría la impresión global.



El efecto de primacía, estructura la información posterior. Los estudios de Asch (1.952] abrieron dos líneas de investigación: la investigación que integra la información en una impresión coherente, llamadas modelos de integración de la información. De esta se derivan a. Los modelos de tendencia relacional, en la cual los elementos informativos se combinan con la finalidad de producir una impresión global y dependerán del contexto o totalidad. Y b] los modelos de combinación lineal, en los cuales los elementos informativos no cambian de significado sino que se combinan de alguna forma para causar una impresión unificada.



Hay varias formas de combinación 1. Modelo de suma, en el cual la impresión se forma a partir de la suma de las características observadas. 2) Modelo de Promedio, en el cual la impresión final es el promedio o media aritmética de las características observadas y 3) Modelo de Media Ponderado: la impresión inicial se convierte en un sesgo general que influye las informaciones posteriores. La importancia de esta impresión inicial, irá disminuyendo a medida que conozcamos más información. Los elementos informativos no cambian de valor. pero tienen un peso o importancia específica dependiendo del contexto.



Bruner y Tagiur (1.954), citado por Moya (1999) presentaron el Modelo de teorías implícitas de la personalidad. Estos autores plantearon la existencia de cierta lógica o teorías que le permiten relacionar la presencia de ciertos rasgos con la presencia o carencia de otros.

Wishner (1960), citado por Moya (1999), reinterpretó los resultados de las investigaciones de Asch, estudiando las relaciones entre los rasgos. Mostró que si se conocen las relaciones entre rasgos, se pueden predecir los rasgos respuesta, esto es, la impresión que se formarán los perceptores a partir de los rasgos estímulos ejemplo. Al contrario de lo que pensaba Asch, un rasgo es central no cuando tiene una alta correlación con los rasgos estímulo, sino cuando la tiene con los rasgos respuesta.

Existen también diversos factores relacionados con la percepción de personas. Siguiendo el esquema planteado por Morales y Clbs. (1999), hay factores que influyen en el perceptor en relación con él mismo Primero: Las expectativas acerca de la persona con la que vamos a interactuar. Segundo: Las motivaciones. En muchas ocasiones vemos en los demás lo que se quiere ver. Tercero: Los objetivos y metas. Estas influyen en cómo se procesa la información recibida, y el tipo de información que se busca .Cuarto: El estado de ánimo. Quinto: La familiaridad y la experiencia. Cuando más se conoce a una persona más complejas y exactas son las impresiones. Las personas que están acostumbradas a tratar con determinado tipo de rasgos suelen ser más exactos en la percepción de estos rasgos en los demás. Sexto: El valor del estímulo, cuando éste valor es grande, este se percibe mayor de lo que es y Séptimo:El efecto "halo" una persona que es vista de forma positiva en alguno- de sus rasgos, tenderá a verse positiva en otros rasgos. Octavo: El significado emotivo del estímulo, que provoca la "defensa perceptiva" (alto umbral de reconocimiento para algunos estímulos amenazadores y 9). La perspicacia perceptiva (bajo umbral de reconocimiento de los estímulos que pueden satisfacer una necesidad o proporcionar un beneficio.

**Factores que influyen en la persona percibida**

El estudio de las percepciones de personas ha generado centenares de investigaciones que proporcional detallada descripción de los factores implicados en la percepción, que revelan el carácter complejo y dinámico. Estas investigaciones han pretendido explicar algunos aspectos de la formación de impresiones, asociados al preceptor, a la persona percibida, o al contenido de la percepción.

Factores asociados al perceptor. En los primeros estudios el perceptor recibió considerable atención, y esta atención se reducía, al problema de la exactitud en la percepción. Posteriormente la corriente New Look en percepción, otorgó al perceptor y, más concretamente a sus motivos, necesidades, expectativas y personalidad, un papel primordial en el proceso perceptivo.



Recientemente el énfasis se ha hecho sobre las metas y objetivos del perceptor, así como sobre sus expectativas. Moya (1999).

La investigación ha mostrado cómo los objetivos que persiguen los perceptores modelan los procesos cognitivos asociados a la percepción de personas. (Shower



y Cantor. 1985) citados por Moya (1999) . Sin conocer las metas del perceptor es imposible especificar el tipo de impresión que se formará de la persona percibida (8argh, 1989) , citado por Moya ( 1999).

Janes Y Thibaut (1955) citados por Moya (1999) dividieron en tres categorías los tipos de metas que una persona suele ir buscando cuando percibe a otra: a) probar o confirmar sus propios valores; b) comprender a la otra persona y las causas de su conducta, y c) determinar si la conducta de la otra persona se ajusta a alguna regla o norma o, por el contrario, la viola . El tipo de metas que predomine en una determinada situación incluirá en todo el proceso perceptivo.

Fiske (1987) considera que las motivaciones se combinan con las circunstancias para crear metas específicas que favorecen bien el procesamiento minucioso de cada elemento informativo. bien la categorización casi automática de la persona estímulo, el perceptor atenderá mucho más a todos los elementos informativos que si su motivación consiste en mantener una categorización negativa del estímulo.

Milton y Darley (1991) también citados por Moya (1999). distinguen entre "situaciones de diagnóstico", donde la meta principal del perceptor consiste en formarse una impresión global lo más exacta posible de la persona percibida, y situaciones de acción, donde la persona persigue ciertos objetivos específicos que están sólo indirectamente relacionados con la formación de impresiones. Cuando las personas se encuentran en este último tipo de situaciones, tienden a formarse impresiones simples, basadas en las categorías a las que pertenece la persona percibida, y solemos realizar juicios bastante exactos de cómo esa persona actuará en esa situación, pero no de cómo actuará cuando la situación a los roles cambien. En cambio, cuando nos encontramos en "situaciones de diagnóstico", tendemos a formarnos impresiones más integradas e individualizadas , y nuestros juicios serán más exactos considerando a la persona en general, sin constricciones situacionales ni de rol.

Respecto a las expectativas que los perceptores llevan consigo cuando perciben a otra persona, podemos distinguir entre expectativas basadas en la categoría o estereotipos y expectativas basadas en los estímulos. (Moya 1999). El conocimiento de estas últimas puede provenir de la observación directa , de la información que la propia persona percibida revela o de una tercera fuente. Aparte de las motivaciones y expectativas, otros factores más específicos relacionados con el perceptor que incluyen en la formación de impresiones, son los siguientes: a) familiaridad . En general esta característica hace que la impresión formada sea mucho más compleja que cuando la persona estímulo es desconocida y produce una mayor exactitud en la percepción. Pero, la familiaridad produce ciertos sesgos perceptivos, por ejemplo la mayor exposición o repetida experiencia perceptiva de las personas estímulo, siempre que su valor sea positivo o neutral, acaba por convertirlas en más atractivas. B) Valor del estímulo. El valor que tiene el estímulo para los jueces afecta su percepción, tiende a darse una acentuación perceptiva. Asimismo, el efecto halo indica que quienes son vistos de forma muy positiva en un rasgo tienden a verse como poseedores de otros rasgos positivos. La acentuación perceptiva y el efecto halo pueden explicar por qué las personas de elevado rango, posición o prestigio. son percibidas de forma más favorable de lo que sus verdaderas cualidades merecen. c] Significado emotivo del estímulo. En general, este valor emotivo depende del poder del estímulo para proporcionar consecuencias positivas o negativas. Así, cuando una persona está deseosa de hacer amigos es más fácil que detecte en los demás indicios que hablen de su predisposición para hacer amistades. Dos fenómenos contrapuestos han sido señalados por los investigadores en relación con el significado emotivo de los estímulos. El primero es la "defensa perceptiva", que consiste en el alto umbral de reconocimiento de que gozan algunos estímulos amenazadores; así, los fallos





en quienes estimamos mucho suelen pasar desapercibidos o ser excusados y no vistos como tales y las virtudes de los enemigos suelen ser ignoradas. El segundo proceso es el denominado "perspicacia perceptiva" y consiste en el bajo umbral de reconocimiento de que gozan los estímulos que pueden satisfacer una necesidad o reportar beneficios. d) Experiencia. Las personas que tienen más experiencia con cierto tipo de rasgos realizan percepciones más acertadas, pues generalmente saben calibrar la importancia relativa que tanto la propia persona estímulo como la situación en la que se encuentra, tienen en la producción de una determinada conducta (Dawson y cols., 1989, citados por Moya 1.999)



El papel activo del perceptor en la formación de impresiones no se limita a tener metas. construir la información y encuadrar la información construida en esquemas relacionados con sus metas. El papel del perceptor va mucho más allá, pues él mismo suscita la información o crea las condiciones bajo las cuales se genera la información sobre la persona estímulo (Jones, 1990, citado por Moya 1999). La conducta y características de la persona percibida son inseparables de la propia presencia del perceptor. Así, la combinación en determinadas situaciones de las metas que el perceptor busca y la interacción con ciertas expectativas, por ejemplo estereotipos , puede producir que el perceptor realice ciertas tácticas que provoquen la confirmación conductual de sus expectativas. Este fenómeno se denomina "la profecía que se cumple a sí misma". [Milton y Darley, 1991, citados por Moya 1999).Así por ejemplo en una investigación se encontró que sujetos de raza blanca, cuando entrevistaban a personas de raza negra, conducían la entrevista de forma que los entrevistados obtenían un mal resultado, confirmando de esta manera sus expectativas previas.

Variables asociadas a la persona percibida. Cuando el objeto de la percepción es otra persona, hay un elementos crucial que influye en la impresión que se forma el perceptor, y es que el estímulo perceptivo intenta regular y controlar, a veces de forma consciente y a veces de forma inconsciente, la información que presenta al perceptor, especialmente la información referente a si mismo . Este manejo de la impresión no es más que la consecuencia inevitable de la percepción social; dado que los demás continuamente se están formando impresiones de nosotros, es importante influir sobre la conducta de los demás.

Con el manejo de la impresión las personas buscan no sólo obtener mayor aprobación social o los máximos beneficios materiales, sino que una amplia gama de motivaciones que la justifican a) el auto-ensalzamiento, (consiste en mantener o incrementar la autoestima, así como en presentar una imagen de uno mismo muy cercana al Yo-ideal]; b) autoconsistencia ( validar las creencias que se tienen respecto a nosotros mismo y, c) auto-verificación ( intentar aprender la verdad sobre uno mismo mediante la obtención de información diagnóstica) .

El Yo ideal, según Rodríguez (1995) quien lo define según la noción freudiana, se manifiesta a través de las prescripciones acerca de cómo debe ser la persona en términos de sus aspiraciones y la conciencia establece lo que dicha persona no puede hacer. Como afirman Hall y Lindzey (1957) citados por Rodríguez (1993)

"las principales funciones del super-yo son a) inhibir los impulsos del ello, principalmente los de índole sexual o agresiva; pues la expresión de tales impulsos es severamente condenada por la sociedad, b] persuadir al yo de sustituir los objetivos realistas por objetivos morales y c] lucha por la perfección" pag. 109



Hay varias estrategias básicas utilizadas en este "manejo de la impresión". Su utilización depende fundamentalmente del objetivo que se persiga y las circunstancias concretas:

El congraciamiento . Consiste en intentar aparecer de una manera atractiva ante



los demás (entendiendo atractivo como aceptado, querido). Esto se logra elogiando a la otra persona o mostrándose de acuerdo con sus opiniones y conductas. Básicamente, pues, consiste en conformarse a las expectativas del perceptor. La utilización por parte de la persona estímulo de esta táctica, y su éxito, dependen básicamente de tres variables, según Janes en Moya 1999, a) de lo importante que es para la persona estímulo resultar "atractivo"; b) de la probabilidad subjetiva de éxito, esto es, de resultar realmente "atractivo", y c] de lo legítima que resulte su utilización ( la utilización de esta táctica es más legítima en unas situaciones que en otras).

La intimidación. Las personas intentan mostrar el poder que ejercen sobre la otra persona, amenazando o creando temor. Este tipo de táctica suele darse casi exclusivamente en relaciones que no son voluntarias (pues en una relación voluntaria la probabilidad de que el otro abandone la relación s mayor). Con frecuencia el perceptor se conforma a los deseos de la persona percibida con el fin de evitar las consecuencias negativas o los disturbios emocionales, de su desacuerdo.

La autopromoción. Consiste en mostrar las propias habilidades y capacidades; ocultando los defectos. A veces esta táctica aumenta en eficacia si el individuo reconoce fallos menores o ya conocidos por los perceptores, pues de este modo su credibilidad aumenta. El problema de esta táctica es que con frecuencia resulta difícil hacer creer a los demás que uno tiene ciertas cualidades de las que carece.

Factores relativos al contenido de la percepción

No todos los elementos que integran la impresión que se forma de otra persona tienen la misma importancia. Así por ejemplo dijo Asch, considerando que unos rasgos son centrales y otros periféricos, y Anderson (1968) incluyendo el peso de los elementos en su modelo de la media ponderada. Se incluye a continuación, algunas características del contenido de la percepción de personas que influyen en la importancia otorgada a dicho contenido y que, de forma general, incluyen en el proceso general de formación de impresiones.

Efectos de orden. Son los momentos en que existe un esfuerzo por causar buena impresión. Qué posee mayor influencia en la impresión que se forma de los demás. ¿Lo primero que se conoce de ellos? Llamado efecto "primacía" o ¿La última impresión que llega? Efecto de recencia. Asch (1.946) encontró apoyo en sus investigaciones en el efecto primacía. Encontró que los primeros términos establecen una dirección que ejerce efecto continuo sobre los posteriores. Para Asch (1946] el efecto de orden de los elementos informativos en la formación de impresiones cuestiona la validez de los modelos de combinación lineal, pues si la impresión resultante fuera simplemente la suma o el promedio de todos los rasgos el resultado debería ser el mismo independientemente de su ordenamiento.



Anderson (1962), también encontró evidencia empírica a favor del efecto primacía, y la explicación que da es coherente con su posición teórica: los primeros elementos tienen un peso mayor en la impresión que los posteriores.

El efecto recencia aparece cuando la información reciente es más fácil de recordar o más viva que la primera información. También ha sido encontrado el efecto recencia cuando se advierte previamente a los sujetos de alguna manera, indicándoles, por ejemplo, que presten atención a toda la información, o pidiéndoles que justifiquen su impresión de la otra persona.



Tono evaluativo de la información. Diversos estudios han mostrado que cuando la información que conocemos acerca de una persona contiene elementos positivos y negativos estos últimos tienen una mayor importancia en la impresión formada. Así, una primera impresión negativa es más difícil de cambiar que una positiva, pus los rasgos



que conllevan una evaluación negativa parecen ser fáciles de confirmar y difíciles de des-confirmar, mientras que los rasgos positivamente evaluados son difíciles de adquirir pero fáciles de perder. Oro efecto encontrado en la percepción de personas es el "sesgo de positividad", según el cual hay una tendencia a ver en general a los demás de forma positiva, más que negativa. Dado que las evaluaciones negativas son menos habituales, su impacto sobre las impresiones es mayor.



Información única y redundante. La información única o peculiar parece tener un impacto más poderoso sobre la impresión resultante que la información redundante. Se encontró que utilizando un procedimiento de escalamiento multidimensional, que las primeras impresiones de las personas se estructuraban en torno a dos dimensiones básicas: una referida a las características personales y sociales y otra referida a las características intelectuales. Así, como hacía Asch en su estudio, a un grupo de sujetos se les presentaban los atributos inteligente, habilidoso, trabajador, frío, decidido, práctico y prudente, en realidad todos los ítems, excepto frío se relacionan con la dimensión "intelectual" y en ese sentido son redundantes. lo cual explicaría el mayor impacto de los rasgos "frío-afectuoso" ( que son únicos en relación con la dimensión de "sociabilidad" sobre la impresión.

Carácter ambiguo de la información. Un elementos importante en la percepción de personas es el grado en el que los diversos componentes de la información pueden se confirmados o desconformados, de tal manera que un rasgo ambiguo suele tener menor importancia que otro claro y preciso. La susceptibilidad de confirmación de un rasgo depende de: a) visibilidad del rasgo; b) la cantidad de indicios necesarios para afirmar la presencia o no de determinado rasgo, y c] el grado de concreción del rasgo.

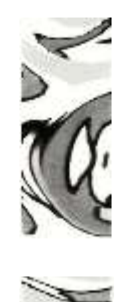
El propio contenido de la información. Cuando se percibe a otra persona, se recibe información de muy diversa índole. Básicamente esta información se refiere a la apariencia física, la conducta y los rasgos de personalidad.Con respecto a la primera, lo que se percibe inicialmente en otra persona la mayoría de las veces es su aspecto físico. Esa información es crucial para que se forme una idea de su estado de ánimo en ese momento, para que se sepa a que categoría social pertenece, e incluso para se haga una idea de qué rasgos de personalidad la caracterizan.

Con respecto a la conducta, lo que la otra persona hace es también una de las fuentes cruciales. Sin embargo, la conducta no es un indicador muy fiable de los estados internos, pensamientos y sentimientos de la persona percibida.

Con respecto a los rasgos de personalidad y actitudes inferidas, se trata de un tipo de contenido que predomina cuando se nos pide que describamos otra persona. La razón de este hecho es que al descubrir las disposiciones estables de otra persona se adquiere también cierta capacidad predictiva sobre su conducta futura.

Otros contenidos de la percepción importantes son la información sobre relaciones [roles, redes sociales], sobre metas y objetivos que persigue y sobre los contextos.

La importancia de cada uno de estos diferentes contenidos depende en gran medida del contexto, de los objetivos del perceptor, así como de la propia característica.



Un resumen de los factores que intervienen en la percepción social, según LEÓN Y GÓMEZ (1998] estaría primero las características físicas y sociales del contexto en el que se produce la percepción social. En una palabra, la percepción social va a depender de la situación en la que se produce.

En segundo lugar, estaría el modo en que se produce ese primer contacto que inicia el proceso de percepción social. La valoración de ese primer contacto va a determinar toda la secuencia de acontecimientos posteriores.] En tercer lugar, encontraríamos toda una serie de factores asociados al perceptor. Las investigaciones han demostrado



cómo las motivaciones y expectativas que caracterizan a los perceptores modelan los procesos cognitivos asociados a la percepción de personas [ cómo se procesa y qué tipo de información es buscada). Además, hay otra serie de factores más específicos relacionados con el perceptor como son: a] familiaridad , b) valor del estímulo, c) significado emotivo del estímulo, d) experiencia.

Cuarto encontramos las variables asociadas a la persona percibida. Aquí encontraríamos todos los esfuerzos de la persona percibida por regular y controlar la información que presenta al preceptor, especialmente la información referente así mismo. A esto se le denomina "manejo de impresión" y no son más que un intento de influir sobre la conducta de los demás.

Finalmente, y en quinto lugar habría una serie de factores relativos al propio contenido de la percepción que se podría agrupar en: a) La importancia del orden en que se perciben los rasgos, b) El tono evaluativo de los rasgos informativos. c] La información única y peculiar y d] el grado en el que los diversos componentes de información pueden ser confirmados o desconformados .

**Percepción y Enfoques Teóricos**

Los preceptos son inferencias, dice Dember y Warm (1990) . " un aspecto importante del estudio de la percepción es comprender que estamos tratando con experiencias privadas de las personas) pag. 27. Los preceptos no son hechos visibles,sino encubiertos, que no son susceptibles de observarse por parte del psicólogo. El concepto "percepción" ocupa la posición lógica de un constructo psicológico, un mecanismo hipotético que se emplea para explicar ciertas relaciones entre la entrada y la salida de los estímulos y la conducta manifiesta." Pág. 28.

El truco para investigar la percepción o cualquier otro proceso no manifiesto consiste en desarrollar técnicas que permitan acceder de modo indirecto a dicho proceso hipotético, por medio de inferencias realizadas a partir de datos objetivos. Esto tiene una dificultad, que consiste en que las respuestas a partir de las que se realizan las inferencias sobre la percepción, suelen estar determinadas de modo múltiple, son el resultado de múltiples factores, de todos los demás procesos que determinan la conducta, por ejemplo, el aprendizaje , la memoria, la motivación, la emoción, etc. Todos los teóricos de la percepción coinciden en que para inferir que la percepción media en una respuesta, el investigador tiene que identificar un estimulo relevante que la acompañe. Si la respuesta se produce en ausencia del estímulo, se tratará probablemente de la memoria, de alucinaciones o de otra forma de sesgo en la selección de la respuesta, pero no de la percepción. (Hochlber, 1956, Natsouas, 1967, Soller y Murphy, 1960) citados por Dember y Warm (1.990).

Un procedimiento para decidir a qué atribuir el resultado de un experimento a la percepción y no a otro, es el proceso de las operaciones convergentes. Este se refiere al uso de dos o más manipulaciones o medidas experimentales, para poder eliminar hipótesis alternativas. El sesgo en la selección de la respuesta se suele interpretar como una alternativa a la interpretación perceptiva.



Al reflexionar sobre la percepción, los psicólogos se han encontrado con el problema del reduccionismo, o con el nivel de explicación. Algunos estudios de la percepción buscan el nivel de explicación de los fenómenos perceptivos mediante su reducción a hechos fisiológicos. Para este enfoque, el conocimiento de la composición físico-química de los estímulos proximales, que desencadenan experiencias perceptivas concretas, y de los sistemas anatómico y fisiológico, que favorecen dichas experiencias, constituye el nivel adecuado de explicación. Dember y Warm (1990) junto con otros psicólogos como Kaufman 1974), Neisser,(1967), Uttal (1973), citados por Dember y Warm ( 1990)



creen que el conocimiento fisiológico no está lo bastante desarrollado para poder explicar la percepción en su totalidad. Y creen, además, que se debe recurrir a fuentes de explicación no fisiológica.



Una observación de los filósofos de la ciencia es que el desarrollo de un campo científico determinado no deriva sólo de la acumulación progresiva de hechos empíricos, sino también de los cambios periódicos en la forma de observar o de enfocar el fenómeno de interés. El estudio de la percepción es un buen ejemplo de esto. La psicología se fundó como ciencia experimental a final del siglo XIX y adoptó el tono estructuralista de las ciencias físicas dominantes en la época. El estructuralismo , formulado por Wilhem Wundt, sostenía que el papel del psicólogo consistía en descubrir los elementos de la experiencia consciente (sensaciones, sentimientos e imágenes) y las formas de combinarlos, mediante el método de la introspección. A comienzos de este siglo, tanto la psicología de la Gestalt como el conductismo desafiaron el enfoque estructuralista, aunque por motivos diferentes.

Los psicólogos de la Gestalt decidieron estudiar la percepción en términos de su organización inherente y de sus propiedades de configuración, y reunieron una enorme cantidad de pruebas para demostrar que los hechos psicológicos en general, y los perceptivos en particular. debían entenderse en términos de su naturaleza holística, pues descomponerlos en elementos destruía su significado esencial. La frase que resume este enfoque conceptual de la investigación de los procesos perceptivos es:"El todo es mayor que la suma de las partes". Los psicólogos de la Gestalt, al igual que los estructuralistas, usaban la experiencia subjetiva, pero como observación fenomenológica, que se centra en cómo se ven las cosas, no en qué las compone.

Estos dos enfoques fueron rechazados, basándose en razones metodológicas por Watson, fundador del conductismo .Watson sostenía que la introspección y la observación fenomenológica eran mentales y, por lo tanto, no científicas. Es decir. los datos de la psicología, como los de todas las ciencias, tienen que ser objetivos, no subjetivos, para que se puedan someter a examen y verificación. Esta postura llegó a ser dominante en la psicología americana. Más adelante, sin embargo, los psicólogos neo-conductistas comenzaron a usar relaciones entre estímulos y respuestas observables para usar inferencias sobre los procesos no manifiestos del organismo.

Recientemente, dicen Dember_y Warm (1990) se ha desarrollado un enfoque nuevo y vigoroso en la psicología experimental, que se conoce con el nombre de procesamiento de la información. También se sirve de relaciones entre estímulos y respuestas objetivos para realizar inferencias sobre los mecanismos de medición, pero su punto de vista sobre los procesos que actúan entre los estímulos y las respuestas es más dinámico que el de la corriente conductista en sus comienzos. Este enfoque tiene su origen en la necesidad de comprender las complejas habilidades perceptivas que intervienen al operar con complicados sistemas hombre-máquina y en el desarrollo de la ingeniería de la comunicación y de los ordenadores. Este enfoque o punto de vista del procesamiento de la información aplicado a la percepción sostiene la existencia de un sistema de capacidad limitada que procesa la información en términos de una secuencia de operaciones que se desarrollan en diversas fases. Hace hincapié en cómo se codifican, almacenan y utilizan los estímulos y trata de examinar la interacción entre los subsistemas del proceso perceptivo y entre la percepción y otros procesos, como por ejemplo el aprendizaje y la memoria.



Inicialmente el término "percepción Social" se utilizó para indicar la influencia de los factores sociales y culturales en la percepción; la forma en que el medio social afecta los procesos perceptuales. Posteriormente, el campo se extendió e incluyó los mecanismos de percepción de los otros, la formación de impresiones, el reconocimiento



de las emociones, la percepción que el individuo tiene de su medio físico y social, y más recientemente, el mecanismo de la atribución. Salazar [1986), tanto como otros psicólogos, sugiere que el concepto de "percepción social" no es el más feliz para englobar estos procesos, dice que resulta incompleto y ambiguo dada la complejidad del fenómeno. Por ellos se prefiere utilizar el término más amplio "cognición social".

Salazar (1986) , en sus descripciones sobre el tema cubre los dos enfoques tradicionales que se han incluido en las obras de la psicología social como "percepción social", a saber a) La influencia de los factores sociales y culturales sobre la percepción y cognición, y b) la percepción de las personas, conocimientos de los otros, la formación de impresiones y procesos de atribución.

Como conclusión de los acercamientos al tema de la percepción de las personas, podemos decir que hay varios enfoques de la percepción social desde un proceso selectivo, dinámico y funcional, en el cual percibir consiste básicamente en formular hipótesis y tomar decisiones, dicho proceso está determinado por necesidades, valores sociales, aprendizajes y en general por las características permanentes y temporales de los individuos. Morales y Clbs. (1999).

Se destacan también los avances en percepción social al introducir las motivaciones y experiencias de los perceptores en el proceso de percepción del mundo natural. Se trabajan tres líneas de investigación sobre la percepción de las personas. Primero la formación de impresiones, segundo las teorías implícitas de la personalidad, y tercero, los factores que influyen en la percepción de las personas, en los cuales se establecen factores subjetivos asociados a la persona que percibe , los factores asociados al objeto percibido y los factores de contenido. Paéz, D. Márquez J. (1999).

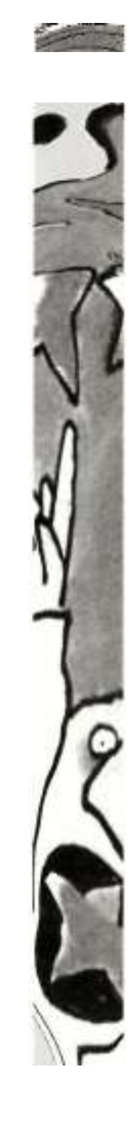
Otro enfoque Salazar y Clbs. (1979), afirma que la percepción social se puede entender de tres maneras: los efectos del medio sobre la percepción, las percepciones de las personas, y la percepción del medio ambiente. Los aspectos funcionales de la percepción constituyen el soporte teórico que permite explicar la relación percepción contexto social.

A manera de consecuencia última, en relación con este acercamiento a la percepción social, podríamos anotar unas muy importantes aplicaciones en el campo de la investigación en educación y es la postura en la cual se manifiesta de una dinámica cognoscitiva de la relación individuo-ambiente, por un lado y por el otro, una aplicación en los procesos de interacción social. Y el tema más concluyente es la evidencia de que en la percepción de la realidad social, el sujeto no actúa como reproductor: sino como creador desde sus sistemas cognoscitivos.

Este último enunciado es el que me parece importante resaltar: desde el ámbito educativo como un proceso educativo se encargaría de perfeccionar los procesos de percepción de la realidad, poniendo a prueba la capacidad creativa de los individuos y el conocimiento o saber involucrado en ellos. Es importante también que los procesos educativos integren a sus métodos una manera de ver el medio ambiente físico y social, ayudados de los estudios de la percepción social, con el propósito de determinar cambios en los ambientes culturales y en los contextos sociales, pensando siempre en el perfeccionamiento de las interacciones de los sujetos susceptibles de educación y mejoramiento del entorno.







**REFERENCIAS**


Anderson N. N.(1968] Aplicación de un modelo de impresiones personales de presentación lineal. Journal of personality and Social Psychology.

Anderson N. N. (1962) Application o fan additive model to impresión formation. N. Y. Science, 138.

Asch, S. (1946). La Percepción. Madrid: U.N.E.D.

Asch, S. (1952). Social Psychology. New Jersey: Prentice: hall. Traducción castellana en Eudeba. . Buenos Aires: Eudeba.

Barthey, S. H. (1982). Principios de percepción. México D. F : Trillas.

Bruner y cols. 1958). Social Psychology and perception. En: E.E. Maccoby T.M. New Comb y E.L. Harley (eds.) Readings in social psychology N.Y. Holt Rimerhart and Winston.

Bruner J.S. y Tagiuri, R. (1954). The perception of people. In: G. Lindzey

(Eds), Handbook of social psychology (vol.2.)Cambridge: Cambridge, Mass: Addison-Wesley.

Bruner J.S. y Tagiuri, R. (1954) Teorías implícitas de la personalidad.

Cambridge: Addison-Weley.

Carterette, E. y Friedman M. (1982). Manual de Percepción. Raices Históricas y Filosóficas. Mexico D. F. : Editorial Trillas.

Cornelius, H. (1893). Uber Verschmelzung and Analyse. Vierteljahrschift fuer Wissenschaftliche Philosophic.

Dember, W. y Warm, J. S. (1990). Psicología de la Percepción. Madrid: Alianza Editorial.

Fiske, S.T. (1987). Category-based and attribute based reactions to others: sorne informational conditions of sterotyping and individualting process. Journal of Experimental social Psychology. 23.

Hamilton y Zanna (1972) Context effects in impresión formation : Changes in connotative meaning, Journal of Personality and Social Psychology, 29.

Hall C.L. and Lindzey G. (1957) Manual de Psicología Social. Vol. 1. Cap. 4.

Heider, F. [1958). La psicología de las relaciones interpersonales. España: McGraw Hill.



Hilton, J. L. y Darley, J. M. (1991) the effects of interaction goals on person perception, in: M.P. Zanna [eds.), Advances in experimental social Psychology, New York: Academic, Vol. 24tn.

Hodges B.H. (1974). Effect of valence on relative weighing in impression formation. Journal of Personality and Social Psychology.

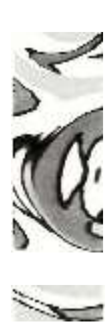
Hume, O.E. (1739-1740). A treats on human nature. Londres: Harcourt.

Janes, E.E. and Thibaut, J.W. [1990). Interpersonal Perception. New York: Freeman.

Janes, E.E. (1990) Interpersonal Perception. N.Y.: Freeman.

Kelley, J. (1967). La atribución en Psicología Social. N.Y.: Norton.

Lara, L. y Ocampo, L. (2002) Psicología social y comunitaria. Cognición social . Bogotá: Editorial Usta.



León, J. y Gómez, T (1998) Psicología Social. Orientaciones teóricas y ejercicios prácticos. Madrid: Editorial McGrawHill.

Lock, J. (1700). An essay concerning human understanding. Londres: Harcourt.

Mili, J. (1829) Analysis of the phenomena of the human mind. Londres: Harcourt.

Milton, J.L. and Oarley, J.M. (1991) the effects of internation goals on person perception, In: M.P. Zanna (eds.) .Advances in experimental social psychology, N.Y; Academic, 24.

Morales, F. Moya, M., (1999). Psicología social. Masdrid: McGraw Hill.

Morales, F. Moya, M. Pérez, J. A. Fernández, (1999) Psicología social. Segunda Edición. Madrid; McGraw Hill.

Moya, M. (1,999) Percepción de las personas. En: Psicología social. Madrid: McGrawhill.

Myers, D. (2000). Psicología Social. Percepción e Interpretación de eventos. Bogotá: McGraw Hill companies, lnc.

Pérez, J. A. l. Huice, c. Paéz, d. Márquez, J. (1999). Psicología social. España: Editorial McGraw Hill Interamericana de España.

Rodríguez, A. (1995) Psicología social. México D. F.: Editorial Trillas.

Salazar, J. M. (1986). Psicología Social. México D. F. : Editorial Trillas

Salazar y Clbs. [1979). Psicología Social. Capítulo Tercero. México: Trillas.

Schiffman, H. R. [1997]. La Percepción sensorial. México: Limusa.

Spinosa, B. (1956] How to improve your mind. New York: The Wisdom Library, a division of philosophical library.

Shumann, F. (1900). Beltrage zur Analyse der Gesichtswahrnchmugen. Lerts-chrift fuer Psychologie.

Wishner, (1960] Reanalysis of impressions of personality. Psychology Review, 67.



